

书店创业计划书市场营销计划(优秀5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们的工作与生活又进入新的阶段，为了今后更好的发展，写一份计划，为接下来的学习做准备吧！怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

书店创业计划书市场营销计划篇一

近年来，随着中国高等教育的发展，在校的大学生越来越多。因此，对书籍的需求量也越来越大。但就陕西科技大学来说，学生在校人数众多，却没有一家初具规模的二手书店，只有在后街上有一家门面很小的店，店内布局混乱，书籍种类也不多，不能满足同学们对二手书的需求。通过观察发现，同学们对二手书的兴趣颇高，在校大学生大部分经上都不宽裕，购买二手书可以节省一部分开支；使用二手书也符合国家提倡的“低碳经济”的要求。

书店创业计划书市场营销计划篇二

大学生创业网讯名称：读书时间；加州阳光；邮政书城；纸中城邦书店

一、现状分析

二、竞业分析

三、书店定位

四、核心竞争力

五、投资预算

六、促销策略

七、风险规避

八、远景规划

一、图书零售市场的现状：

xx市区总人口约20万，市级与市直属机关和行政事业单位集中分布在新城区，各类学校近10余所，在校学生4万人。（人口□xx市区是整个xx地区经济文化的中心，经济相对发达，人均收入较高，形成了一定对文化商品的购买力。（购买力）随着社会经济的发展，社会价值观发生了巨大的变化。在类似xx这样的中西部经济较落后的中小城市，人们更加渴望获取先进的信息，学习优秀的文化，吸取更多的知识；藉以改变自身落后的面貌，由此产生了对文化商品丰富的需求。

（购买欲望）由于本地文化发展的滞后，文化消费市场不发达，种类单一。虽然存在各种书店，但没有充分满足读者日益增长的需要，图书零售市场仍有容纳小型特色书店的空间。书店毗邻xx市政大厦、世纪广场、会展中心，位于新城区主街道—神舟路与玉门东路的十字交界处（广厦家园8号），周边办公区、商业区、商住区密布，东接xx老城区，南领玉门石油生活基地，西领世纪大道、阳光小区，常住人口年内将达5万人，且为高收入阶层，消费能力较强。

该区域交通便利、基础设施齐全、规划整齐、周边商铺门店密集、居住人口众多、商业前景十分广阔。

二、目前xx图书音像零售行业已存在竞争者的分析

1、国有书店仍然占主导地位□xx市新华书店）优势：1）声誉与品牌优势几十年来对广大读者根深蒂固的影响；2）总体实力强大资金、人员、系统不是小型书店能够比拟的；3）政策

优势对教材教辅的垄断经营。

劣势：1) 运行成本高，不具备价格优势；2) 管理环节较多，对市场需求反应速度慢；3) 服务意识缺乏，特色化个性化服务没有，欠缺文化氛围；4) 国家对教材教辅市场的逐步开放。

3) 狠抓服务质量，提供多样化的服务形式，提高读者的认可度和忠诚度。

2) 统一采购，销售方式灵活，有一定价格优势；3) 较为重视服务工作。

劣势：1) 决策管理层不在当地，信息、决策沟通不畅；2) 店营业人员素质普遍不高，欠缺工作热情和服务意识；3) 门店日常工作缺乏成熟的管理程序和操作流程。

3) 提高新书上架与读者订书到位的速度。

3. 本地个体书店已经长期存在（10余家，分布在学校附件）

优势：1) 经营时间一般较长，有一定知名度和顾客群；2) 经营方式灵活：零售、少量批发、租书；3) 价格优势，且有可能出售盗版图书。

劣势：1) 作坊式门店，环境差，没有文化氛围；2) 缺乏经营管理意识，得过且过；

对策：此类书店一般不会形成较大威胁。

三、商业机会xx的图书音像行业中，虽然本地的新华书店一直占主导地位，但改革开放以来的很多年□xx新华书店的门市业务却不断的在萎缩，门市越来越小，主要靠对教材教辅的垄断经营维持生存。虽然有这些对手先行进入了xx市场，但除了新华书店以外，其他的对手都还没有形成广泛的影响，对市场的占有也相当有限。当然，随着时间的发展，他们对

市场的影响会越来越大，地位也会越加巩固。因此，在对手立足未稳的时候，尽快进入xx的图书市场是必要的，也是可以事半功倍的。否则，一旦市场格局已定，大部分读者形成对已有书店的偏爱，再要从中形成自己的优势恐怕就会是事倍功半了。

书店定位基于以上分析，xx市区还存在适合小型综合-专业书店生长、发展的市场环境。然而，影响书店生存与发展的因素是多方面的，书店是否进行了准确的市场定位是其能不能顺利地行业中站住脚的重要因素；在书店进入市场之前的初次定位尤其关键。书店的市场定位就是要对本书店的产品和服务进行设计，从而使其能在读者心中占有一个独特的、有价值的位置。定位的核心是“差异化”

（一）、小型“小而精”

根据xx市区的市场规模与行业状况，小型门店成本低、投资风险小，更有利于开展特色经营与提高服务水平，充分利用场地，降低成本，以价格优势吸引读者。针对新华书店“大而全”、“小而全”的特点，从书店的装潢、陈设到图书的品种、陈列以及各种服务都要突出“精”的特点。

1. 小巧的环境布局给读者营造一个清新舒适、格调高雅的文化氛围，有利于读者读书的而不仅仅是买书的环境。（形象差异化）
2. 亲切周到的服务努力拉近与读者的距离，一切从读者的需要出发，体现文化行业的特色，突出人文关怀。（服务差异化）

（二）、特色：同样针对新华书店种类全面的特点，加之xx地区目前还没有对某一领域图书突出的大量的需求，书店在种类和数量上完全没有优势，而且做某一门类的专业书店的市场条件也不成熟。

1. “特色”是要在既不追求全面又不专做一类的前提下，抓住几类市场需求较大或者新华书店忽略了的又有一定市场需求的图书，深入地挖掘，做出专业水平。（产品差异化）
2. “特色”还要在经营的范围上考虑。比如，文具、贺卡，以及图书包装、礼仪送书等增值服务。（产品差异化）
3. 在直接面对读者零售的经营方式之外，主动出击挖掘客户，争取集团购买的大客户。

四、核心竞争力：有针对性的图书种类，全面人性化的服务。尤其是服务，因为“书店出售的所有东西里，只有服务是自己的产品”。

当然，书店的定位不是一次就能适当合理的确定，也不是一成不变的。必须根据市场情况和竞争对手的变化，需要适时适当的不断加以调整和改进。

五、投资产出预算

（一）书店的投资主要是前期铺底图书与书架等设备的采购，以及门店的租金与装修。总投资15万元。

1、图书音像商品的采购：7.5万计划经营各类图书5000? 6000种，8000册左右，费用5—6万元，首付3万，其余批发商垫资。计划经营各类音像制品50000、6000种，15000张左右，费用4.5万元。

2、设备采购与装修：3.2万根据书店的定位，书店的环境应与一般个体书店有明显的区别，整洁、明亮，具有时尚气息和文化氛围，必须在书架和装修上能体现出来。门店应进行经济型的装修。

装修费用：地板8000元；吊顶2000元；粉刷1000元；门套4000元；广告牌2000元；17000元设备：书架20组×600

=12000元；电脑售书系统（电脑利旧，打印3000元）

3、店面租金：4万/年

（二）收益预测：

3、外延其他商品销售：咖啡100元；其余50元。以上合计收入550元按平均35%毛利率则200元 \times 30=6000元书店每月的固定费用=房租（含水电）税费人员工资（实际运行中还有不少杂费）每月预计总额=3000+800+1800=5600。那么，书店每月的损益平衡点=固定费用=5600元损益平衡点营业额=固定费用/毛利率=5600/0.4=14000元即：每月营业额达到14000元，平均日销售额360元就可保证收支相等。保守估计：以上合计收入420元，略有盈余；正常估计：书店日均营业额达到600元左右，月营业额达到18000元。则：月毛利额=18000 \times 0.35=6300元，年为75600，即：一般情况下，按计划总投资10万元计，1年半即可收回全部投资。乐观估计：书店日均营业额达到800元左右，月营业额达到24000元。则：月毛利额=24000 \times 0.35=14400元，年为172800，即：一般情况下，按计划总投资10万元计，8月即可收回全部投资。

六、促销策略：在保证书店店面正常营业的前提下，书店可以采取多种宣传促销手段，拓展新的销售渠道，尤其是政府、学校、幼儿园和机关单位的批量购买，对提高营业额应有不小的贡献。

1、集团客户拓展：

可考虑和中国移动合作，根据移动各类集团客户分层打折优惠，如钻石卡7折；金卡75折；银卡8折；贵宾卡85折；普通客户9折。可考虑和中国人寿合作，给其员工提供购书阅览方便。

3、延伸服务：销售文体用具：纸张、笔销售咖啡饮料西餐：

代售邮册、贺卡：销售音像制品：销售鲜花：销售计算机耗材：开办职业技能培训：

七、风险规避

任何经营都有一定的风险，无庸多言。如何正视风险的存在、防范规避风险就显得尤其重要。书店经营的风险相对较小，因为目前图书批发市场是明显的买方市场，批发商从出版社进书基本都是“寄销”的方式，三个月回款，而且剩余滞销图书都可以退货。零售书店从批发商处进书也采用类似的方式。这样，书店的风险就主要来自自身的经营管理，如何降低成本，开拓市场，吸引读者等方面了。需要做好以下工作：

- 1、在充分进行实地观察、市场调查的基础上谨慎选择店址。
- 2、尽可能控制固定费用，减少固定设备的投资。
- 3、建立完备的会计制度，作好详细经营记录。
- 4、理智对待经营状况不佳的情况，全面分析、解决问题。
- 5、确属选址错误，应早做另觅佳址的打算。

八、远景规划书店定位

在xx市区有一定竞争实力的特色书店。能够吸引一部分读者，并能拥有自己忠实的顾客群。

书店经营的目的是：占有xx图书文化市场的一定份额，形成长期的盈利能力。一旦经过努力经营和不断摸索，书店能够按计划达到目标，并且形成一套成熟的经营与管理的模式，有了由少而多的资本积累，就可以争取投资，进行发展。

发展的方式可以从以下两方面考虑：

1、扩大单店规模。（营业面积、经营品种、经营范围）这种方式风险较大，需要依靠对当地市场容量的充分了解和合理预测，以及在竞争中取得一定的优势。在有新华书店大中型书店的区域应不考虑使用。

2、开设分店有了xx市区母店的成功经验，加之在母店经营过程中与供货商建立的良好关系，在市场竞争较弱的区域开设分店是一种投资孝易于操作的方式。

有以下两种方向可以考虑：

1. 横向（在xx市区的其它区域）在市区内开设分店可以采用围绕母店设售书点的方式进行，既可充分利用母店的图书资源，扩大影响提高知名度；又节省投资，降低成本。2. 纵向（在xx市下属的区县）区县的优势在于竞争者少，尤其市新华书店的连锁还没到达区县一级，读者的需求长期得不到满足。劣势在于购买力较为低下。

书店创业计划书市场营销计划篇三

创设新事业者透过现金流量表检核投资计划可行性后，并对合资条件(如技术股)、投资策略(计划定位)、股权安排等有了盘算之后，再来就是请财务顾问或投资专家撰写“投资计划书”，以作为向投资者筹募资金的工具。本章依次介绍对投资计划书的基本认识，如何撰写投资计划书，最后以永辉投资股份有限公司为创业者所拟订的投资计划书为参考格式。

一、对创业投资计划书之基本认识

(一)投资计划书是创设新事业时筹措资金必备的文件

工商界人士，大家都很忙，有潜力的投资者更忙，尤其要向大老板解释投资构想，大约允许1小时左右，在这1小时当中，仅能做摘要报告，引起他的注意，让他了解交给何单位，何

人办理而已。因此必须准备好详细的投资计划书交给大老板，让他带回去给幕僚评估，有了正面的评估意见后，能作出投资决策。目前中国大陆地区私人或各类企业想要向外界筹募资金，有90%以上缺乏投资计划书，这些没有投资计划书的投资案，筹募到资金的概率很底很底。

(二) 投资计划书是节省时间的利器

创设新事业投资构想通常相当复杂，要以口头解释让投资者完全清楚，可能要好几天，很少投资者有这耐性，但不完全清楚整个投资构想，投资者又不敢投资。最轻松理想的方式是请投资者吃个饭，稍加解释，交给投资者已写妥之书面“投资计划书”，俟一段时间后，再问有什么不清楚的地方，再征询投资的意愿，省时又省力。

(三) 投资计划书是沟通协调的利器

投资计划书如需要较多的资金，势必接触可能投资者的数目会超过20个，因并非百发百中而要将众多投资者召集在一起，不但时间不容易找，且与会人数众多，会前未有共识，会中讨论容易失控，无法达成决议。对众多投资者于短时间内达成共识的方法，便是准备一份清楚易懂的“投资计划书”同时发给众多的投资者，再个别稍加解释。让有共识的人聚集在一起开会，才能很快达成决议。

创设新事业筹划者应了解投资计划书是沟通协调的利器，如不用此工具面对众多的投资者，可能无法负荷，深感疲累，这也是让许多创设新事业计划踏不出第一步的原因。

(四) 好的投资计划必须正确、清楚

所谓正确，即必须注意数字品质，只要提到数字必须有根据，如为参考别人的数据，注明出处；如为假设，必须说明假设条件。例如，某项产品现在台湾市场为2亿元，必须注明出处。

投资计划书中如第一年销货收入预计为2千2百万元，必须说明如下的假设：该产品在台湾市场的增长率为10%，且市场占有率假设为10%，即2亿元 $\times(1+10\%) \times 10\%=2200$ 万元。

所谓清楚就是容易懂，让拿到投资计划书的人不必再经口头解释，就可以容易地了解整个投资构想。要清楚，需注意下列三项。

投资计划书要有目录，目录里要指明各章节及附件、附表之页数，以方便投资者很快就可以找到他所要的资料。此外，必须有“投资案汇总”章，这是专门给大老板或高阶人员看的，让他们了解投资计划的大概构想，并知道交给哪个单位或哪个人去评估。

此外，段落要有标题才能清楚，最好每500字以内就要有个标题，让投资者只看标题就约略了解下面500个字是要说什么，并决定要不要看详细内容。例如本段主要在说明“好的投资计划书必须正确清楚”。

段落之结构要清楚，一般秩序是“一”，(一)、1、(1)；甲、(甲)。亦即“一”里面要分段落时用(一)(二)(三)……；(一)里面要分段落时用1. 2. 3. ……；1、里面要分段落时用(1)(2)(3)，以此类推。本书之附件5-1可做为参考。

(五)投资计划书最好委由有经验的财务顾问或投资专家撰写

常看到许多创设新企业的投资计划书，简直不知从何看起，顶多只能了解产品或技术是什么，即使有简单的财务预算，数字大部分来自直觉，没有根据，不足采信，表达的名词不符合财务会计术语，易生混淆，投资条件不容易了解，即使了解亦不符合商业习惯。这样的投资计划书引不起投资者兴趣，筹募不到资金是不足为奇的。

最好的解决之道便是委由有经验的财务顾问或投资专家撰写。将拟好之“现金流量表及附表”提出来当作参考资料交给财务顾问或投资专家操刀。有经验的财务顾问或投资专家不只被动代拟，更可积极为创设新事业投资计划位定，拟出投资者可接受投资条件，并可进一步代为寻找投资者。

私人创业者应不吝惜给财务顾问或投资专家适当的报酬。所谓“天下没有白吃的午餐”，私人创业者由于仍然穷或不富有，处处都要省钱，但这笔钱是必须且值得付的。行行有专业，创设新事业往往是人生的重大抉择，不宜拿这种事自行摸索，而应该减少决策失误到最低。

通常必须付给财务顾问或投资专家之报酬，一般系由他们所花的时间乘以每小时应计算费用而得，但因为较难客观计算，也有采取每个字新台币2~5元为计算基础作为代撰“投资计划书”之酬劳。写出来的“投资计划书”所有权为委托者所有，他们可以拿出来向投资者作报告，因此无论该投资案筹募资金成功或失败，都必须支付这些酬劳。

另外，财务顾问或投资专家可能要求全部或部分投资者由其代找，如筹募资金成功时必须付佣金(中间介绍服务费)，佣金的计算可能是所有投入资金的1~5%，或无偿取得新公司某个比例之股份，或取得创设新事业者所得权益之10~20%。

(六) 创设新公司投资计划书必须以电脑作辅助工具

投资计划书之修改乃是必然的，无法一次就拟妥，较大的投资案，必须集合众人的意见，更需多次的修改。当策略改变时，整个投资计划书全部改变。例如本来要做两样产品，改为一样产品；或本来自行销售，改为仅接受委托制造，皆会使投资计划书改变。此外，资讯不断地明朗化，计划书内容亦会不断地更新，例如投资组合与经营组合渐渐确定，市场、销售渠道渐渐更清楚等等。

透过不断地沟通协调并修改投资计划书，可集结众人智慧，使投资构想更合理，更实际，更可行。估计这样的文字修改达50次以上，才能使一家公司创设。

这种性质的文件唯有电脑处理，才能减轻负担。个人电脑的使用已相当普遍，在文字方面可由其中的文书处理之电脑软件如wordstar,pe2来处理，在数字方面可用电子试算表软件来处理，如lotvs-1-2-3□

财务顾问或投资专家如涵蓄接受委托撰写“投资计划书”的业务，最好使用个人电脑处理，否则将会苦不堪言或则工作效率奇差。

二、创业投资计划书之撰写步骤

这里虽然是对帮忙撰写之财务顾问或投资专家的建议，但创设新事业者仍应了解本节并充分配合。

步骤一取得创设新事业者认可的现金流量表及全部附表。

步骤四研拟生产成本，包括直接人工，直接材料、工厂费用之估算是否合理？

步骤五研拟销售及管理人员之人事费用。

步骤六销售及管理费用是否低估？一般技术人员都会低估此项费用。

步骤七上电脑建立电子试算表或修改创设新事业者所提供在磁碟上之电子试算表，并不断拟修正找出可行的投资计划。

书店创业计划书市场营销计划篇四

拟要创办的二手书店名为宏源书店，该店坐落在陕西科技大

学附近。面积有80平方米，主要经营二手书的收购与销售。宏源书店的出现解决了同学们书本当废纸卖的惨剧；另一方面也满足了同学们低价购书的愿望，节省学生及老师的开支；同时也为教师子女课外用书提供了便利。

书店创业计划书市场营销计划篇五

我的书店6.1开了业，叫做“读书时间”书店，多数读者都觉得不错，只是我在店招灯箱上没打“书店”两个字，许多人以为只是看书的书吧，不过“书吧”在我这个小城还少见，引起了不少好奇，收到了意想不到的效果。现在4个多月了，就初期来说还算不错，没有出现通常的亏损期。店里刚上了宽带，这下我可以好好跟大家交流了，特别是莫大侠在前期给了我不少点拨，非常感谢。我把自己开店前自己做的分析和计划给大家交流交流，希望多给意见；因为店一开起来人往往就不可避免的陷入到做不完的事务之中，反而少了前期时对行业对自己所做的事的思考，人被事推着走，对前期的计划不重视了，我觉得不好，想跳出来。我想跟各位交流可以帮助我做到这一点，也希望我的班门弄斧之作，也能给有心的朋友一点启发。

一、广元图书零售市场的现状

二、目前广元图书零售行业已存在竞争者的分析

1、国有书店仍然占主导地位2、民营连锁书店在悄然兴起3、本地个体书店已长期存在

三、开设的时机——紧迫性书店定位：一、小型——“小而精”二、特色三、核心竞争力投资预算：

一、图书商品的采购二、设备采购与装修三、店面租金收益预测盈亏临界分析——损益平衡点投资回收期风险规避远景规

划一、扩大单店规模。

二、开设分店书店的长期目标

一. 广元图书零售市场的现状广元市区总人口约30余万，市级与市中区直属机关和行政事业单位集中分布，各类学校20余所，在校学生4万余人。(人口)广元市区是整个广元地区经济文化的中心，经济相对发达，人均收入较高，形成了一定对文化商品的购买力。(购买力)随着社会经济的发展，社会价值观发生了巨大的变化。在类似广元这样的中西部经济较落后的中小城市，人们更加渴望获取先进的信息，学习优秀的文化，吸取更多的知识;藉以改变自身落后的面貌，由此产生了对文化商品丰富的需求。(购买欲望)由于本地文化发展的滞后，文化消费市场不发达，种类单一。虽然存在各种书店，但没有充分满足读者日益增长的需要，图书零售市场仍有容纳小型特色书店的空间。

二、目前广元图书零售行业已存在竞争者的分析

1、国有书店仍然占主导地位(广元市新华书店、四川省新华书店集团下属连锁店)优势：1)声誉与品牌优势几十年来对广大读者根深蒂固的影响;2)总体实力强大资金、人员、系统不是小型书店能够比拟的;3)政策优势对教材教辅的垄断经营。

劣势：

- 1)运行成本高，不具备价格优势;
- 2)管理环节较多，对市场需求反应速度慢;
- 3)服务意识缺乏，特色化个性化服务没有，欠缺文化氛围;
- 4)国家对教材教辅市场的逐步开放。

对策：没有总体抗衡的实力，采取市场补缺者战略1)细分目标市场，避开主导者的优势商品;2)着力降低经营成本，让利于读者;3)狠抓服务质量，提供多样化的服务形式，提高读者的认可度和忠诚度。

2、民营连锁书店在悄然兴起(习殊书屋、百可悦目)优势：1)在当地已有一定数量的读者群;2)统一采购，销售方式灵活，有一定价格优势;3)较为重视服务工作。

劣势：

1)决策管理层不在当地，信息、决策沟通不畅;2)门店营业人员素质普遍不高，欠缺工作热情和服务意识;3)门店日常工作缺乏成熟的管理程序和操作流程。

对策：最主要的竞争者，构成最大的威胁。采取市场跟随者战略，待时机成熟可采用市场挑战者战略。

1)在市场区域和经营种类上形成差异;

2)加强特色化、个性化服务;

3)提高新书上架与读者订书到位的速度。

[值得一提的是，北京百可悦目公司于20xx年1月26日在广元政府街开业的分店，百可悦目以其清新的门店环境、丰富及时的图书种类、新颖的图书陈列方式以及优惠的销售策略，一改本地民间书店陈旧、凌乱、家庭作坊式的形象，赢得了读者的喜爱，在开业第一个月就取得了2万余元的营业收入。个中经验值得思考。]3.本地个体书店已经长期存在(小小书店、南街书店、利州书店、弘文书店)优势：1)经营时间一般较长，有一定知名度和顾客群;2)经营方式灵活：零售、少量批发、租书;3)价格优势，且有可能出售盗版图书。